



Munich Personal RePEc Archive

Persamaan Dan Perbedaan Perilaku Konsumen Dalam Ekonomi Konvensional Dan Hukum Ekonomi Islam

Gatot Hadi Gunarso

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

27 July 2019

Online at <https://mpa.ub.uni-muenchen.de/95345/>

MPRA Paper No. 95345, posted 3 August 2019 10:34 UTC

EQUATION AND DIFFERENCE OF CONSUMER BEHAVIOR IN CONVENTIONAL ECONOMICS AND ISLAMIC ECONOMIC LAW

Oleh : Gatot Hadi Gunarso
Jurusan : Ekonomi Syariah
Program Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Abstract

The equation between consumer behavior in carrying out consumption activities in conventional economics and Islamic economics is three. Among them in terms of understanding, philosophical foundation, motives and purpose of consumption, and the theory of consumer behavior. Meanwhile, differences in consumer behavior in conventional economics and Islamic economics, first, lie in the foundation of consumer behavior philosophy. Conventional economics views that world life is an absolute right for humans while Islamic economics teaches that world life is based on the principle of accountability to the Creator. Second, lies in the principle of consumption. There are three principles of consumption in a conventional economy, namely freedom, self interest, and material. Islamic economic perspective, consumer behavior is based on the philosophy of divinity so that in each of its activities meeting the needs of consumers is required to always be guided by the principles of tauhid and also justice. The principle teaches individuals the moral awareness to live in obedience by worshiping Allah, and is responsible for everything he does, especially in terms of consumption

Key Words : Consumers, Conventional Economy, Islamic Economics

zel : A1, E0, D11

Abstrak

Persamaan antara perilaku konsumen dalam melaksanakan aktivitas konsumsi dalam ekonomi konvensional dan ekonomi Islam ada tiga. Diantaranya dalam hal pengertian,

landasan filosofi, motif dan tujuan konsumsi, serta teori perilaku konsumen. Sementara itu, perbedaan perilaku konsumen dalam ekonomi konvensional dan ekonomi Islam yaitu *pertama*, terletak pada landasan filosofi perilaku konsumen. Ekonomi konvensional memandang bahwa kehidupan dunia adalah hak mutlak bagi manusia sedangkan ekonomi Islam mengajarkan bahwa kehidupan dunia didasarkan pada prinsip pertanggungjawaban kepada yang Maha Pencipta. *Kedua*, terletak pada prinsip konsumsi. Prinsip konsumsi dalam ekonomi konvensional ada tiga yaitu *freedom*, *self interest*, dan *material*. perspektif ekonomi Islam, perilaku konsumen didasarkan pada filosofi ketuhanan sehingga dalam setiap aktivitasnya memenuhi kebutuhan konsumen dituntut agar selalu berpedoman pada prinsip tauhid dan juga keadilan. Prinsip tersebut mengajarkan individu akan kesadaran moral untuk hidup dalam kepatuhan dengan beribadah kepada Allah, dan bertanggungjawab terhadap setiap yang dilakukannya terutama dalam hal konsumsi

A. Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari seringkali diketahui bahwa setiap orang melakukan aktifitas untuk memenuhi segala kebutuhannya. Karena pada hakekatnya manusia selalu menginginkan kehidupan yang sejahtera dan kepuasannya dapat tercapai secara maksimal. Sebagai makhluk yang diciptakan paling sempurna, mayoritas manusia menganggap bahwa materi adalah hal utama yang menjadi prioritas dalam mencapai kebahagiaan dan mereka akan memperoleh kebahagiaan itu ketika seluruh kebutuhan serta keinginannya terpenuhi. Maka dari itu manusia tidak pernah melepaskan diri dengan dunia perekonomian dalam kehidupannya.

Di era globalisasi saat ini, bisnis memainkan peran yang sangat penting bagi perubahan pembangunan dan perkembangan industri. Perkembangan bisnis yang semakin pesat meningkatkan segala aspek dalam perekonomian baik produksi, konsumsi, maupun distribusi. Para pelaku ekonomi khususnya di bidang konsumsi sudah semestinya menerapkan apa yang disebut dengan etika sebagai ciri khusus bahwa manusia merupakan makhluk yang berakal. Apalagi dengan munculnya fenomena bahwa ilmu ekonomi Islam saat ini telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Para pakar banyak memperhatikan mengenai teori-teori investasi, lembaga keuangan syariah bank maupun non bank, dan kebijakan moneter. Tidak cukup hanya sampai disitu, seluruh aktifitas ekonomi juga telah mendapatkan perhatian dalam pengembangan teori, termasuk juga aktifitas konsumsi yang dilakukan seorang konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhannya. Jauh sebelum adanya teori Islam yang dimunculkan para pakar dalam aktifitas konsumsi, telah banyak konsep

ekonomi yang dilahirkan oleh ilmuwan konvensional. Islam memang mengajarkan keselarasan antara tujuan material dan ukuran moral dengan cara mendorong umatnya agar sebesar-besarnya mencapai kesejahteraan material di dunia, sementara pada saat yang sama ia juga harus berjuang menegakkan standar moral yang telah diletakkan dasar-dasarnya oleh Islam.¹

B. Metode Penelitian

Inti dari pada metode dalam setiap penelitian adalah menguraikan tentang tata cara bagaimana penelitian itu harus dilakukan. Jenis penelitian yang digunakan dalam pembahasan ini adalah menggunakan *Library Research* atau telaah pustaka yang meliputi: pengidentifikasian secara sistematis, analisis dokumen-dokumen yang memuat informasi yang berkaitan dengan masalah kajian.²

C. Literatur Review

Mengkaji terhadap penelitian terdahulu cukup penting untuk memberikan gambaran dan perjalanan terhadap kerangka berfikir dalam pembahasan ini. Di samping itu juga bertujuan mendapatkan bahan perbandingan dan acuan mengenai pembahasan yang berkaitan dengan judul skripsi peneliti serta untuk menghindari kesamaan dan plagiasi terhadap penelitian yang sudah pernah dilakukan. Adapun penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut:

Binti Choirunnikmah dalam penelitian yang berjudul “Studi Komparatif Etika Bisnis Islam dan Etika Bisnis Konvensional”, tahun 2005, STAIN Tulungagung. Hasil penelitian ini yaitu membandingkan secara menyeluruh konsep etika bisnis yang meliputi pengertian etika bisnis, sejarah dan latar belakang etika bisnis, serta prinsip etika bisnis yang ditinjau dari dua sudut pandang yaitu etika bisnis konvensional dan etika bisnis Islam.³

Persamaan antara penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan peneliti ialah sama-sama melakukan analisis perbandingan yang ditinjau dari dua perspektif yakni konvensional dan Islam. Sedangkan perbedaan mendasarnya terletak pada aktifitas yang diteliti. Dalam penelitian ini aktifitas yang diteliti ditekankan pada kegiatan bisnis (produksi), sementara penelitian yang akan peneliti lakukan ini membandingkan antara aktifitas konsumsi dalam pandangan konvensional dan hukum Islam.

Siti Rutbatul Karimah dalam penelitian yang berjudul “Kajian Komparasi Produksi Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Konvensional dan Islam”, tahun 2010, STAIN

¹M. Umer Chapra, *Etika Ekonomi Politik*, (Surabaya: Risalah Gusti, 1997), hal. 13

²Sevilla Conselo G., dkk., *Pengantar Metode penelitian*, (Jakarta: UI, 1993), hal. 31

³Binti Choirunnikmah, *Studi Komparatif Etika Bisnis Islam dan Etika Bisnis Konvensional*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2005), hal. 4

Tulungagung. Hasil penelitian ini yaitu mengetahui bahwa yang menjadi dasar hukum produksi salah satunya terdapat dalam QS. Hud ayat 61. Persamaan antara produksi dalam ekonomi konvensional dan Islam yaitu sama-sama dalam pengertiannya, tujuannya, prinsip, proses, dan macam-macam faktor produksi. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada sejarah produksi, tujuan produksi, prinsip, proses, dan perbedaan pendapat mengenai macam-macam faktor produksi.⁴

D. Pembahasan

Pengertian Perilaku Konsumen

Dalam ilmu ekonomi konvensional ada banyak tokoh yang menjabarkan definisi perilaku konsumen itu dalam berbagai sudut pandang mereka. Namun, sebelum lebih jauh lagi kita bahas mengenai pengertian perilaku konsumen, alangkah baiknya kita pahami terlebih dahulu tentang apa yang dimaksud dengan konsumsi dan konsumen, karena kedua hal ini tidak pernah terlepas dan selalu terkait dengan perilaku konsumen itu sendiri.

Konsumsi dalam bahasa Belanda *consumptie*, ialah kegiatan mengurangi atau menghabiskan daya guna suatu benda (barang dan jasa). Sedangkan dalam bahasa Latin, berasal dari kata *consumption*, yang berarti menggerogoti atau menghabiskan.

Menurut Chaney, konsumsi adalah seluruh tipe aktifitas sosial yang orang lakukan sehingga dapat dipakai untuk mencirikan dan mengenal mereka, selain apa yang mungkin mereka lakukan untuk hidup. Chaney menambahkan gagasan, bahwa konsumsi telah menjadi fokus utama kehidupan sosial dan nilai-nilai kultural mendasari gagasan dari budaya konsumen.⁵

Menurut Braudrillard, konsumsi adalah sistem yang menjalankan urutan tanda-tanda dan penyatuan kelompok. Jadi konsumsi itu sekaligus sebagai moral (sebuah sistem ideologi) dan sistem komunikasi, struktur pertukaran. Dengan konsumsi sebagai moral, maka akan menjadi fungsi sosial yang memiliki organisasi terstruktur yang kemudian memaksa mereka mengikuti paksaan sosial yang tak disadari.

Definisi konsumsi menurut cara pandang Durkheim adalah sebuah perilaku aktif dan kolektif, ia merupakan sebuah paksaan, sebuah moral, dan sebuah institusi. Ia adalah

⁴Siti Rutbatul Karimah, *Kajian Komparasi Perilaku Produksi Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Konvensional dan Islam*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2010), hal. xii

⁵Meltri Hutahean, "Konsep Konsumsi, Konsumen, Konsumtif, Konsumerisme" dalam *Meltrielia.blogspot.com/2011/10/konsep-konsumsi.html*, diakses 19 Maret 2015

keseluruhan nilai yaitu berimplikasi sebagai fungsi integrasi kelompok dan integrasi kontrol sosial.⁶

Dari beberapa definisi yang diungkapkan para tokoh tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumsi merupakan suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan manfaat suatu barang atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan dan kepuasan manusiawi secara langsung. Namun, terkadang ada beberapa macam barang seperti mesin-mesin maupun bahan mentah yang dipergunakan untuk menghasilkan barang lain biasanya disebut dengan konsumsi produktif. Sedangkan konsumsi yang langsung dapat memuaskan kebutuhan disebut konsumsi akhir.

Secara esensial konsumsi dianggap sebagai maksud serta tujuan dari produksi, atau dengan kata lain produksi merupakan alat bagi konsumsi. Melalui kenyataan tersebut dapatlah diambil semacam pemahaman bahwa produksi itu diperlukan selama masih adanya konsumsi. Misalnya konsumsi itu berhenti sama sekali, dalam arti bila masyarakat tidak memerlukan konsumsi lagi maka produksi pun tidak diperlukan lagi. Akan tetapi logika ini tidak dapat berlaku sebaliknya, yakni tidak dapat dikatakan bahwa jika produksi berhenti maka konsumsi pun harus berhenti pula.⁷

Mengacu dari pada itu, tentunya bila ada aktifitas konsumsi maka pasti ada pelaku yang melakukan aktifitas tersebut, sehingga apabila dimaknai secara umum setiap orang yang melakukan aktivitas konsumsi itulah yang dinamakan dengan konsumen.

Dalam pasal 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dijelaskan bahwa konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁸

Menurut Kotler, konsumen didefinisikan sebagai berikut: *Consumers are individuals and household for personal use, producers are individual and organizations buying for the purpose of producing* (konsumen adalah individu dan kaum rumah tangga untuk tujuan penggunaan personal, sedangkan produsen adalah individu atau organisasi yang melakukan pembelian untuk tujuan produksi).⁹

⁶Riko Pranata, "Definisi Konsumsi Menurut Para Ahli" dalam <http://pengabdianqu.blogspot.com/2013/05/makalah-konsumsi-defenisi-konsumsi.html>, diakses 23 Pebruari 2015

⁷Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006), hal. 163

⁸Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, (Jakarta: Visimedia, 2007), hal. 3

⁹Ade Maman Suherman, *Aspek Hukum dalam Ekonomi Global*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hal. 99

Setelah kita pahami pengertian konsumsi dan konsumen, maka kita dapat beranjak dari sini untuk mengacu pada pemahaman tentang perilaku konsumen yang dalam bahasa Inggris disebut dengan *consumer behavior*. Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan konsumen yang langsung melekat dalam proses mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk barang atau jasa, termasuk proses-proses yang mendahului dan menyusul tindakan ini.

Sedangkan menurut Swastha dan Handoko perilaku konsumen (*consumer behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan menentukan kegiatan-kegiatan tertentu.¹⁰

James F. Engel, mengartikan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomi termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.¹¹

Menurut David L. Loudon dan Albert J. Della Bitta, perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa.¹²

Sedangkan menurut Gerald Zaltman dan Melanie Wallendorf, perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan individu, kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan dan sumber-sumber lainnya.¹³

Landasan Filosofi Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Konvensional

Tokoh yang paling berjasa dalam membangun teori-teori ilmu ekonomi konvensional adalah Adam Smith. Dengan membangun pondasi epistemologi ekonomi dalam bukunya *The Theory of Moral Sentiments* ia menjelaskan bahwa kebebasan dan kemerdekaan manusia adalah sebagai ekspresi alamiah, atau lebih dikenal dengan *from freedom to natural liberty*.

¹⁰Swastha dan Handoko, *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap produk Tabungan Perbankan*, (Solo: PT Aksara Solopos, 2000), hal. 10

¹¹James F. Engel, et. al, *Perilaku Konsumen (Judul Asli Consumer Behavior)*, terj. FX Budiyo, (Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1994), hal. 3

¹²Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), hal. 2

¹³Ikhsan Fakhruddin, "Perilaku Konsumen Dalam Ekonomi Konvensional Dan Ekonomi Islam" dalam <http://ikhsan-blogs.blogspot.com/2014/04/perilaku-konsumen-dalam-ekonomi.html>, diakses 23 Februari 2015

Kemerdekaan manusia dalam meraih kebebasan adalah tujuan yang paling utama, sebagaimana Aristoteles juga menyatakan bahwa meraih kebahagiaan dalam bingkai kebebasan adalah tujuan akhir dalam kehidupan manusia.¹⁴

Sebagaimana yang dikutip Muflih, bahwasanya kemerdekaan dalam pendapat Adam Smith merupakan pengembaraan rasional individu yang membentuk kekuatan nalar. Kemerdekaan dengan demikian mengasumsikan karakter kebahagiaan ala Aristoteles sebagai barang yang unggul. Baik dalam ide kebahagiaan Aristoteles maupun dalam ide kemerdekaan Smith, premis terjadinya hubungan antara kemerdekaan dengan kebebasan alamiah itu hanya dibentuk oleh rasional dan nalar individu. Adam Smith telah mencitrakan setiap individu manusia sebagai makhluk yang selalu terlibat dalam hegemoni pencarian kebebasan optimal yang luar biasa. Ini berarti bahwa manusia cenderung mementingkan diri sendiri (*self-interest*). Oleh karena itu, timbullah kaidah-kaidah tingkah laku produksi dan konsumsi yang berorientasi pada maksimalisasi kepuasan yang didasarkan pada paradigma utilitarian Jeremy Bentham.¹⁵

Upaya Jeremy Bentham menjadikan konsep utilitas yang tepat telah menetapkan konsumen untuk memilih satu barang diantara barang-barang lain, karena konsekuensi barang-barang yang satu lebih baik dari pada konsekuensi barang lainnya. Paradigma utilitarian ini juga menganjurkan agar terdapat suatu tujuan yang sama yang kepadanya diarahkan setiap tindakan, tujuan itu adalah kebahagiaan. Karena itu konsep utilitas agar lebih tepat, dengan memperhitungkan persoalan-persoalan dimana bertindak demi memperoleh utilitas yang tinggi tanpa memperoleh dis-utilitas, maka prinsip utilitas itu dapat dirumuskan dalam kata “semua tindakan sebaiknya diarahkan untuk mencapai kesenangan atau menghindari kesusahan”.¹⁶

Titik tolak segala tanggapan terhadap motivasi konsumen konvensional tidak lain adalah bersumber dari bangunan epistemologi hubungan tripartite antara kemerdekaan (*freedom*), kebebasan alamiah (*natural liberty*), dan hukum-hukum moral (*moral laws*) yang melahirkan sistem ekonomi kapitalis. Landasan filosofi dalam sistem ekonomi konvensional atau sering dikatakan dengan sistem ekonomi kapitalis diantaranya adalah materialisme dan sekularisme.

¹⁴Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006) hal. 73

¹⁵Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006) hal. 75

¹⁶Save M. Dagun, *Pengantar Filsafat Ekonomi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1992), hal. 37

Dalam perspektif materialisme dan hedonisme, seluruh kegiatan manusia dilatarbelakangi dan diorientasikan kepada segala sesuatu yang bersifat material, sehingga manusia selalu dianggap serakah atau rakus terhadap materi karena ia akan merasa puas apabila kebutuhan materinya terpenuhi secara melimpah. Pemahaman terhadap kesejahteraan dan kebahagiaan yang seperti ini seringkali meminimalkan keterkaitannya dengan unsur-unsur spiritual ruhaniah.¹⁷

Konsep rasionaliti muncul karena adanya keinginan-keinginan konsumen untuk memaksimalkan utilitas dan produsen ingin memaksimalkan keuntungan, berasaskan pada satu set *constrain*. Yang dimaksud *constrain* dalam ekonomi konvensional di sini adalah terbatasnya sumber-sumber dan pendapatan yang dimiliki oleh manusia dan alam, akan tetapi keinginan manusia pada dasarnya tidak terbatas. Berdasarkan pernyataan di atas maka manusia perlu membuat suatu pilihan yang rasional sehingga pilihan tersebut dapat memberikan kepuasan atau keuntungan yang maksimal.¹⁸

Rasionalisme ekonomi mentafsirkan perbuatan manusia itu sesuai dengan sifatnya yang *homo economicus*, di mana semua perbuatannya senantiasa berdasarkan pada perhitungan terperinci, yang ditujukan untuk mencapai kesuksesan ekonomi. Kesuksesan ekonomi dimaknai sebagai menghasilkan uang sebanyak-banyaknya. Mengejar kekayaan, baik dalam bentuk uang maupun barang ialah tujuan utama dalam kehidupan ini.

Menurut ilmu ekonomi konvensional, sesuai dengan pahamnya tentang *rational economics man*, tindakan individu dianggap rasional jika tertumpu kepada kepentingan diri sendiri dengan mengabaikan moral dan etika dalam pembelanjaan, unsur waktu dianggap terbatas hanya di dunia saja tanpa memikirkan hari akhirat.

Sedangkan di sisi lain, landasan filosofi sistem ekonomi kapitalis yaitu sekularisme, paham yang memisahkan hal-hal bersifat spiritual dan material (agama dan dunia) secara dikotomis. Segala sesuatu yang berkaitan dengan dunia adalah urusan manusia itu sendiri, sedangkan agama hanyalah mengurus hubungan antara manusia dengan Tuhannya. Implikasi dari ini adalah menempatkan manusia sebagai pusat dari segala hal kehidupan (*anthroposentris*) yaitu manusialah yang berhak menentukan kehidupannya sendiri.¹⁹

Tinjauan Tentang Aktivitas Konsumsi Konvensional

¹⁷M. Umer Chapra, *Masa Depan Ilmu Ekonomi (The Future of Economics: An Islamic Perspective)*, terj. Ikhwan Abidin, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hal. 3

¹⁸Nur Kholis, "Konsep Rasionaliti" dalam <http://nurkholis77.staff.uui.ac.id/hello-world/>, diakses 23 Pebruari 2015

¹⁹M.B.Hendrie Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*, (Yogyakarta: EKONISIA, 2003), hal. 353

1. Prinsip Konsumsi Konvensional

Berlandaskan pada sebuah paham Kapitalisme dalam tatanan ekonomi konvensional, setiap konsumen dikenalkan pada sebuah sistem perekonomian yang memberikan kebebasan secara penuh kepada mereka untuk melaksanakan kegiatan ekonominya, baik sebagai seorang konsumen yang benar-benar membeli barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pokoknya, maupun seorang konsumen yang melakukan kegiatan mengkonsumsi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan mewahnya. Dalam sistem seperti ini setiap orang dapat mengatur nasibnya sendiri berdasarkan keinginan dan kemampuannya, setiap orang bebas bersaing dalam memenuhi kebutuhannya, dan bebas memuaskan keinginannya tanpa terikat oleh siapapun.

Pada kenyataannya, sifat keinginan manusia memang tidak pernah terbatas. Hal ini sudah menjadi tabiat alami setiap manusia di bumi yang terkadang menjadikan mereka mempunyai potensi untuk berbuat kerusakan, masalah keinginan manusia merupakan tema sentral dalam susunan paradigmanya. Disebutkan dalam pengertian ilmu ekonomi, sebagai ilmu yang membahas perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya yang tidak terbatas terhadap sumber daya alam yang terbatas.

Dari uraian-uraian sebelumnya, dapat kita pahami bahwa yang selalu menjadi pedoman seorang individu dalam aktivitasnya memuaskan keinginan untuk memenuhi kebutuhan adalah prinsip-prinsip daripada sistem ekonomi konvensional, diantaranya:

- a. *Freedom*, kebebasan ekonomi bermakna tidak adanya tekanan dari pihak tertentu terhadap inisiatif individu untuk menjalankan kegiatan ekonomi. Prinsip ini menjadikan individu berpikir rasional dan menganggap keagamaan tidak relevan untuk memahami dan mengatasi permasalahan-permasalahan *socio-economi*.
- b. *Self Interest*, setiap manusia memiliki kebutuhan untuk memenuhi kepentingan pribadinya. Pola pikir dan pola tindakan individu dalam prinsip lebih cenderung menonjolkan subjektivitas egoisnya yang tidak mempedulikan kepentingan orang lain, kecuali itu memberikan keuntungan. Individu tidak perlu pula peduli dengan kepentingan masyarakat atau kepentingan sosial, apalagi jika bertentangan dengan kepentingan pribadinya. Perhatian utama hanya ditujukan pada pencapaian kepuasan materi untuk kepentingan individu belaka, bahkan terkadang juga mengabaikan etika.
- c. *Materialistis*, prinsip ini menempatkan materi sebagai sumber kebahagiaan dan kepuasan yang mengantarkan setiap individu untuk bersikukuh mencenderungkan pencapaian kepuasan marginal, Padahal kepuasan marginal itu sendiri pada akhirnya tunduk terhadap hukum

kepuasan yang semakin menurun. Kepuasan materialistis dalam hal ini diukur menurut nilai kepuasan yang didapat dari setiap jumlah barang dan jasa yang dikonsumsi.

Konfigurasi Kebutuhan Konsumen Konvensional

Kebutuhan adalah segala sesuatu yang diperlukan manusia terhadap benda atau jasa yang dapat memberikan kepuasan dan kemakmuran kepada manusia itu sendiri, baik kepuasan jasmani maupun kepuasan rohani. Sudah kita pahami sebelumnya bahwa kebutuhan manusia tidak terbatas, sesuai dengan kodratnya manusia selalu merasa kurang dengan apa yang telah dimilikinya. Sebagai contoh: ketika seseorang belum memiliki rumah, maka ia menginginkan rumah. Namun ketika telah memiliki rumah, selanjutnya memikirkan bagaimana rumah itu memiliki perabot. Apakah cukup sampai di situ? Tentu saja tidak! Kenyataan menunjukkan bahwa, jika suatu kebutuhan terpenuhi maka kebutuhan lainnya akan muncul. Untuk sementara waktu seseorang tadi mungkin telah merasa puas telah memiliki rumah berikut dengan isi perabotnya. Namun, suatu ketika ia masih akan menginginkan mobil, villa, dan lain sebagainya yang jika disebutkan satu persatu tidak akan cukup karena terlalu banyak jenis kebutuhan manusia yang harus dipenuhi.

Perilaku Konsumen Dalam Hukum Ekonomi Islam

Pengertian Perilaku Konsumen

Dalam ekonomi Islam, konsumsi diartikan dengan kegiatan manusia dalam menggunakan komoditas yang baik dan jauh dari sesuatu yang diharamkan untuk memenuhi kebutuhan baik jasmani maupun rohani sehingga mampu memaksimalkan fungsi kemanusiaannya sebagai hamba Allah SWT untuk mendapatkan kesejahteraan atau kebahagiaan di dunia dan akhirat (*falah*).

Sebagaimana telah penulis kemukakan pada bab sebelumnya, bahwa secara umum konsumen adalah setiap orang yang melakukan aktivitas konsumsi. Akan tetapi pada hakekatnya konsumen mengandung pengertian yang sangat luas sebagaimana yang diungkapkan Presiden Amerika Serikat, Jhon F. Kennedy, “*Consumers by definition include us all*” (secara definisi, kita semua adalah termasuk konsumen).

Menurut Muhammad Djakfar, konsumen muslim adalah setiap orang atau badan pengguna produk baik berupa barang maupun jasa dengan berpegang teguh pada ketentuan-ketentuan yang berlaku sesuai syariat Islam.²⁰

²⁰Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Malang: UII Press, 2007), hal. 130.

Sebagaimana pula dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999 yang mendefinisikan konsumen telah memperoleh berbagai kritikan dari para ahli hukum karena banyak hal-hal yang tidak tercakup sebagai konsumen sedangkan ia juga harus dilindungi, seperti badan hukum, badan usaha, barang yang tidak ditawarkan dalam masyarakat dan adanya batasan-batasan yang samar.²¹

Para pakar ekonomi Islam juga tidak membedakan antara barang konsumsi, barang produksi, dan barang perantara sebagaimana yang terdapat dalam ilmu ekonomi konvensional. Hal ini membawa pengaruh pada definisi konsumen (*al-mustahlik*) yang harus dilindungi dalam Islam karena konsumen dalam Islam termasuk semua pemakai barang, apakah barang itu dipakai langsung sehingga habis, atau dijadikan sebagai alat perantara untuk produksi selanjutnya karena keadilan adalah milik semua orang baik berkedudukan sebagai individu maupun kelompok.²²

Sementara itu ketika konsumsi dan konsumen secara Islami telah dipahami, maka penting pula untuk memahami makna dari perilaku konsumen. Secara sederhana, perilaku konsumen merupakan tingkah laku dari konsumen itu sendiri, dimana mereka dapat mengilustrasikan pencarian untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi dan memperbaiki suatu produk dan jasa mereka. Akan tetapi, Fokus dari perilaku konsumen dalam Islam adalah bagaimana setiap individu membuat keputusan untuk menggunakan sumber daya yang telah tersedia untuk dikonsumsi dengan berdasarkan pada syariah Islam.

Sebagaimana teori-teori yang telah penulis paparkan dalam bab II dan bab III bahwa pada dasarnya perilaku konsumen dalam ekonomi konvensional dan ekonomi Islam terdapat beberapa persamaan juga perbedaan. Karena dalam hemat penulis, kedua konsep ekonomi tersebut memiliki proposisi yang berbeda-beda sehingga sulit ketika mentransformasikannya dalam satu titik temu saja. Maka dari itu cukuplah wajar apabila konsep-konsep tersebut melahirkan suatu persamaan dan perbedaan yang secara khusus dijabarkan berikut ini:

Persamaan Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Konvensional dan Hukum Ekonomi Islam

Pertama, yaitu pada pengertian konsumsi, konsumen, dan perilaku konsumen. Persamaan di antara pengertian konsumsi, konsumen, dan perilaku konsumen dalam ekonomi konvensional dan ekonomi Islam adalah:

²¹Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Grasindo, 2000), hal. 4-8

²²Muhammad dan Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA, 2004), hal. 131

1. Konsumsi, keduanya mengartikan sebagai kegiatan menggunakan, mengurangi, atau menghabiskan manfaat suatu komoditas barang atau jasa yang tersedia di masyarakat dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan.
2. Konsumen, sama-sama diartikan sebagai setiap orang yang melakukan aktivitas konsumsi.

Perbedaan Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Konvensional dan Hukum Ekonomi Islam

Perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi konvensional dan hukum ekonomi Islam dapat dibedakan menjadi lima, yaitu:

Pertama, terletak pada pandangan manusia terhadap kehidupan dunia. Ekonomi konvensional memandang bahwa kehidupan dunia merupakan hak mutlak bagi manusia untuk hidup bebas sesukanya dengan mencapai kepuasan tanpa berfikir bahwa semua yang diperoleh dan digunakan manusia adalah penciptaan dari Tuhan.

Kedua, terletak pada prinsip konsumsi. Dalam tatanan ekonomi konvensional, prinsip yang menjadi pedoman aktivitas konsumsi adalah prinsip *freedom, self interest*, dan *materialistis*. Ketiga prinsip tersebut mengasumsikan manusia sebagai *rational economics man* yang memiliki kebebasan untuk mengatur nasibnya sendiri berdasarkan keinginan dan kemampuan, setiap konsumen bebas bersaing dalam memenuhi kebutuhannya, dan setiap individu bebas memuaskan keinginannya tanpa terikat siapapun.

Ketiga, terletak pada motif dan tujuan konsumsi. Terdapat dua motif konsumsi dalam ekonomi konvensional maupun ekonomi Islam, yaitu motif yang berasal dari dalam diri manusia dan motif yang berasal dari luar diri manusia. Perilaku konsumen konvensional didorong oleh motif internal yang bertujuan untuk pemenuhan kebutuhan hidup dan motif eksternal yang lebih bertujuan untuk pemenuhan keinginan hawa nafsu.

Keempat, terletak pada konfigurasi kebutuhan konsumen. Dalam ekonomi konvensional, kebutuhan ditentukan oleh konsep kepuasan (*utility*) sehingga pembagian kebutuhan tersebut dibagi berdasarkan tingkat intensitas, sifat, subjek yang membutuhkan, dan waktu. Menurut intensitas penggunaannya, kebutuhan dapat dibagi menjadi kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Menurut sifatnya, kebutuhan terdiri dari kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani.

Dari penelusuran berbagai literatur yang membahas tentang konsep *utility*, ditemukan beberapa proposisi *utility* sebagai berikut:

1. Konsep *utility* membentuk persepsi kepuasan materialistis.
2. Konsep *utility* mempengaruhi persepsi keinginan konsumen.
3. Konsep *utility* mencerminkan peranan *self-interest* konsumen.

4. Persepsi tentang keinginan memiliki tujuan untuk mencapai kepuasan materi.
5. *Self-interest* mempengaruhi persepsi kepuasan materialistis konsumen.
6. Persepsi kepuasan menentukan keputusan (pilihan) konsumen.

Sedangkan pada berbagai literatur Islam yang menerangkan tentang perilaku konsumen, ditemukan beberapa proposisi sebagai berikut:

1. Konsep *masalah* membentuk persepsi kebutuhan manusia.
2. Konsep *masalah* membentuk persepsi tentang penolakan terhadap kemudharatan.
3. Konsep *masalah* memanifestasikan persepsi individu tentang upaya setiap pergerakan amalnya *mardhatilah*..
4. Upaya *mardhatilah* mendorong terbentuknya persepsi kebutuhan islami.
5. Persepsi seorang konsumen dalam memenuhi kebutuhannya menentukan keputusan konsumsinya.²³

Kelima, perbedaannya terletak pada teori perilaku konsumen. Teori perilaku konsumen konvensional memberikan pandangan bahwa setiap konsumen selalu bersedia membelanjakan pendapatannya untuk memperoleh sejumlah barang dan jasa karena barang dan jasa tersebut berguna serta dapat menambah tingkat kepuasan. Sedangkan dalam teori perilaku konsumen muslim, sangat penting adanya pembagian jenis barang dan jasa antara yang haram dan yang halal.

E. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah penulis uraikan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. Perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi konvensional adalah berlandaskan pada filosofi kapitalisme, sehingga setiap individu lebih mengutamakan rasional dibandingkan spiritual. Dalam hal ini tindakan konsumen dalam memenuhi keperluan hidupnya adalah dengan memaksimalkan kepuasan berdasarkan pada keperluan dan keinginan yang digerakkan oleh akal. Selain bertujuan memenuhi kebutuhan dan menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa, konsumsi seringkali juga dijadikan ajang untuk konsumen memenuhi tingkat kepuasan maksimal, mengejar kemewahan, dan status ekonomi di tengah-tengah masyarakat. Sedangkan dalam ekonomi Islam ada lima, yaitu prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, dan prinsip moralitas.

F. Daftar Pustaka

²³Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006) hal. 96

- Ade Maman Suherman, *Aspek Hukum dalam Ekonomi Global*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.
- Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Binti Choirunnikmah, *Studi Komparatif Etika Bisnis Islam dan Etika Bisnis Konvensional*, Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2005
- Ikhsan Fakhruddin, “Perilaku Konsumen Dalam Ekonomi Konvensional Dan Ekonomi Islam” dalam <http://ikhsan-blogs.blogspot.com/2014/04/perilaku-konsumen-dalam-ekonomi.html>, diakses 23 Pebruari 2015.
- James F. Engel, et. al, *Perilaku Konsumen (Judul Asli Consumer Behavior)*, terj. F.X Budiyo, Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1994.
- M. Umer Chapra, *Etika Ekonomi Politik*, Surabaya: Risalah Gusti, 1997.
- M. Umer Chapra, *Masa Depan Ilmu Ekonomi (The Future of Economics: An Islamic Perspective)*, terj. Ikhwan Abidin, Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- M.B.Hendrie Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*, Yogyakarta: EKONISIA, 2003.
- Meltri Hutahean, “Konsep Konsumsi, Konsumen, Konsumtif, Konsumerisme” dalam [Meltri-elia.blogspot.com/2011/10/konsep-konsumsi.html](http://meltri-elia.blogspot.com/2011/10/konsep-konsumsi.html), diakses 19 Maret 2015.
- Muhammad dan Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA, 2004.
- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Malang: UII Press, 2007.
- Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006.
- Nur Kholis, “Konsep Rasionaliti” dalam <http://nurkholis77.staff.uii.ac.id/hello-world/>, diakses 23 Pebruari 2015.
- Riko Pranata, “Definisi Konsumsi Menurut Para Ahli” dalam <http://pengabdianqu.blogspot.com/2013/05/makalah-konsumsi-defenisi-konsumsi.html>, diakses 23 Pebruari 2015.
- Save M. Dagun, *Pengantar Filsafat Ekonomi*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 1992.
- Sevilla Conselo G., dkk., *Pengantar Metode penelitian*, Jakarta: UI, 1993.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Grasindo, 2000.
- Siti Rutbatul Karimah, *Kajian Komparasi Perilaku Produksi Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Konvensional dan Islam*, Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2010.
- Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006.

Swastha dan Handoko, *Analiis Perilaku Konumen Terhadap produk Tabungan Perbankan*,
Solo: PT Aksara Solopos, 2000.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen,
Jakarta: Visimedia, 2007.